

FRÉDÉRIC PELTIER
Avocat à la Cour, associé chez Dethomas Peltier Kopf Juvigny, expert du Club des juristes

Les dangers du tweet financier

Si les réseaux sociaux accélèrent la circulation de l'information, ils ne sont pas pour autant un vecteur adapté à la diffusion de l'information financière. A ce titre, dans une recommandation mise en ligne le 9 décembre 2014, l'Autorité des marchés financiers (AMF) a proposé un mode d'emploi des réseaux sociaux à destination des sociétés cotées et de leurs dirigeants. Les règles de base sont prudence et vigilance.

Prudence d'abord, parce que les réseaux sociaux ne sont pas le meilleur moyen d'assurer une diffusion effective et intégrale de l'information réglementée des sociétés cotées, alors que la réglementation leur impose une diffusion permettant d'atteindre le plus large public possible, dans un délai aussi court que possible. La publication d'un communiqué financier est donc le préalable obligatoire à toute expression par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Il va sans dire que la diffusion sur ces derniers doit également être précédée de la communication de l'information sur le site Internet de la société concernée. Les réseaux sociaux sont donc, pour l'AMF, un moyen secondaire de diffusion d'information.

L'AMF met ainsi également en garde contre les tweets. Risque d'usurpation d'identité, risque de confusion, le tweet est dangereux pour les dirigeants des sociétés cotées qui doivent être particulièrement prudents lorsqu'ils tweetent sur un sujet en lien avec leur mandat. L'AMF recommande donc d'établir, au sein des sociétés cotées, des chartes d'utilisation des réseaux sociaux par les dirigeants et salariés *« afin de les sensibiliser aux problématiques particulières de la communication des sociétés cotées sur ces médias et d'attirer leur attention sur la prudence nécessaire dont ils doivent faire preuve »*.

Avec ses 120 signes, le tweet tronque l'information et peut s'avérer trompeur. Faute d'être complète et circonstanciée, l'information qu'il condense risque de ne pas répondre aux critères de la réglementation, qui exigent une information exacte, précise et sincère. L'AMF recommande donc d'insérer systématiquement dans le message un lien avec le communiqué, le tweet servant donc de relais.

Vigilance, ensuite, car les réseaux sociaux sont de formidables véhicules de rumeurs. L'AMF recommande donc aux sociétés cotées *« d'assurer une veille active »*. S'il n'existe pas d'obligation spécifique pour les sociétés cotées de démentir les rumeurs, les obligations de transparence de l'information réglementée peuvent imposer de réagir pour démentir. Lorsque la réponse à apporter pour faire taire la rumeur consiste en la publication d'une information privilégiée, le communiqué est encore, le plus souvent, la méthode à privilégier. Il devient même indispensable lorsque la rumeur repose sur la fuite d'une information privilégiée dont la confidentialité n'a pas pu être conservée.

Contre la rumeur, et encore plus contre la fuite, le tweet est donc banni. ■